

**BAB II**  
**POLA KOMUNIKASI, KOMUNIKASI ANTARBUDAYA**  
**DAN KOMUNIKASI ANTAR AGAMA**

**2.1 Pola Komunikasi**

**A. Pengertian Pola Komunikasi**

Pola komunikasi merupakan serangkaian dua kata yang memiliki keterkaitan makna yang antara makna satu makna dengan makna lainnya saling mendukung. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata pola mengandung arti bentuk (struktur) yang tetap (Departemen Pendidikan Nasional, 2002: 885).

Adapun istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicate* yang berarti berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dengan mengharapkan respon, tanggapan atau arus balik (*feed back*) (Muis, 2001: 35).

Menurut Onong Uchjana Effendy (1986: 4) komunikasi secara terminologis berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Mengutip pendapat Sandra Hybels dan Richard L. Weaver II bahwa komunikasi merupakan setiap proses pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan. Proses itu meliputi informasi yang disampaikan tidak hanya secara lisan dan tulisan, tetapi juga dengan gaya

bahasa tubuh, gaya maupun penampilan diri, atau menggunakan alat bantu di sekeliling kita untuk memperkaya sebuah pesan (Liliweri, 2002: 3).

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pola komunikasi adalah sebuah gambaran proses komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunitas baik yang terjadi secara individu maupun kelompok dengan lisan, tulisan serta bahasa tubuh atau menggunakan alat bantu komunikasi. Dengan mengetahui gambaran pada sebuah proses komunikasi maka kita dapat mengetahui bentuk dari sebuah hubungan yang terjadi.

Manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Oleh karena itu manusia sudah pasti berkomunikasi melalui bahasa, dan karena bahasa ada dalam kebudayaan maka orang pasti berkomunikasi dalam dan antarbudaya. Dalam kultur berbahasa dikenal empat jenis budaya yang menunjukkan penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi yaitu: budaya lisan, tulisan, cetak dan elektronik (Liliweri, 2003: 150).

## **B. Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya unsur-unsur berikut:

## 1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Karena itu komunikator biasa disebut pengirim. Sumber, *source* atau *encoder* (Cangara, 1998: 89).

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti radio, televisi, film dan sebagainya (Widjaja, 1986:12).

## 2. Pesan

Pesan adalah keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator (Widjaja, 1989: 14). Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Erwin P. Bettinghans mengatakan, bahwa pesan itu terdiri dari:

### a. Lambang-lambang verbal

Dalam proses komunikasi lambang verbal adalah pesan komunikasi menggunakan bahasa sebagai alat. Bahasa disini dapat diartikan secara lisan dan tertulis.

### b. Lambang-lambang non verbal.

Pesan komunikasi non verbal menggunakan bahasa kial, bahasa gambar dan bahasa sikap (Uripni dkk, 2003: 7-8).

## 3. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam

komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya (Cangara, 1998: 24-25).

#### 4. Komunikan

Komunikan adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber atau komunikator. Komunikan adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan (Cangara. 1998: 26).

#### 5. Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan (Widjaja, 1986: 20). Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, efek bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan (Cangara. 1998: 26).

### **C. Fungsi dan Tujuan Komunikasi**

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut (Widjaja, 1986:7-8):

#### 1. Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar. Fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

#### 2. Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif dalam masyarakat.

#### 3. Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan ketrampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang.

#### 4. Hiburan

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara, *image* dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, olahraga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.

Harold D. Lasswell mengemukakan tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab mengapa manusia berkomunikasi, yaitu (Ilaihi, 2010: 34-35):

Pertama, hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara, dan menghindari dari hal-hal yang mengancam alam sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Lingkungan disini merupakan lingkungan masyarakat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian agar manusia dapat hidup harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan kesadarannya, anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai perilaku dan peranan.

#### **D. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi pada hakekatnya adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain (Effendy, 1984: 14).

Sebelum mengetahui bentuk pola komunikasi apa yang diterapkan dalam sebuah komunitas baik individu maupun kelompok maka perlu dilihat prosesnya, karena pola komunikasi terbentuk dari berbagai proses komunikasi. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

#### 1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah penyampain pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (simbol) sebagai media atau saluran (Effendy, 1993: 33).

Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial (*gesture* / gerak anggota tubuh), isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya (Effendy, 1984: 15).

#### 2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 1993: 38).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi (Effendy, 1984: 21).

Menurut hal di atas bahwa berkomunikasi memerlukan cara yang tepat agar pesan tersampaikan dan diterima komunikan, adapun menurut sifatnya komunikasi terbagi menjadi:

1. Komunikasi tatap muka

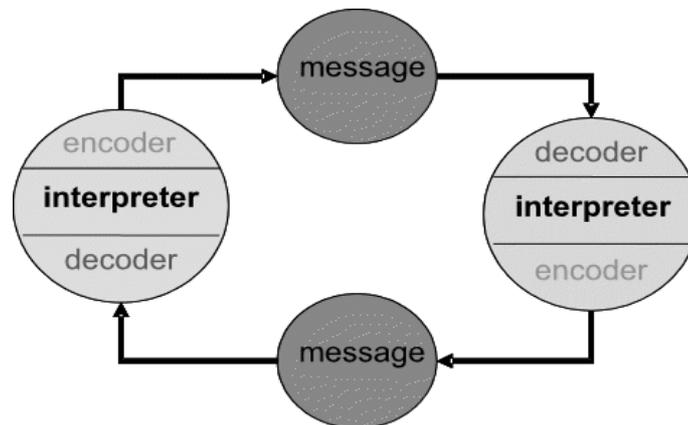
Dikatakan komunikasi tatap-muka karena ketika komunikasi berlangsung, komunikator dan komunikan saling berhadapan dan saling melihat. Karena itu, komunikasi tatap-muka sering kali disebut juga komunikasi langsung (*direct communication*). Komunikasi tatap muka dipergunakan apabila kita mengharap efek perubahan tingkah laku (*behavior change*) dari komunikan. Dengan saling melihat, sebagai komunikator memperhatikan bisa mengetahui pada saat berkomunikasi, apakah komunikan memperhatikan dan mengerti apa yang dikomunikasikan. Jika umpan baliknya positif, maka pertahankan cara komunikasi yang dipergunakan dan bila sebaliknya mengubah teknik komunikasi hingga komunikasi berhasil. Komunikasi tatap muka kekuatannya ialah dalam hal kemampuan mengubah tingkah laku komunikan, tetapi kelemahannya ialah bahwa komunikan yang dapat diubah tingkah lakunya relatif hanya sedikit saja.

2. Komunikasi bermedia

Komunikasi bermedia pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku. Lebih-lebih media massa. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tak langsung (*indirect communication*) dan sebagai

konsekuensinya arus balik pun tidak tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan. Kelemahan komunikasi bermedia ialah tidak persuasif dan sebaliknya kekuatannya dapat mencapai komunikan dalam jumlah yang besar (Effendy, 1986:15).

Seorang sarjana Psikologi yaitu Osgood meninjau proses komunikasi dari peranan manusia dalam hal memberikan interpretasi (penafsiran) terhadap lambang-lambang tertentu (*message*). Osgood menggambarkan proses tersebut sebagai berikut:



Pesan-pesan (*message*) disampaikan (*encode*) kepada komunikan, dan kemudian komunikan menerima (*decode*) pesan-pesan tersebut, untuk kemudian ditafsir (*interpret*) dan selanjutnya disampaikan kembali kepada pihak komunikator dalam bentuk pesan-pesan (*message*) baik berupa *feedback* atau respons tertentu sebagai efek dari pesan yang dikomunikasikan (Tasmara, 1997: 6-7).

Disebut komunikasi sebagai proses karena komunikasi itu dinamik, selalu berlangsung dan sering berubah-ubah. Sebagai sebuah kajian komunikasi antarbudaya juga mengalami proses komunikasi

layaknya komunikasi pada umumnya, yakni suatu proses yang interkatif dan transaksional serta dinamis.

Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah / timbal balik (*two way communication*) namun masih tetap berada di tahap rendah. Apabila ada proses pertukaran pesan itu memasuki tahap tinggi, misalnya saling mengerti, memahami perasaan dan tindakan bersama maka komunikasi tersebut telah memasuki tahap transaksional (Liliweri, 2003: 24).

#### **E. Hambatan Komunikasi**

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif, ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Berikut ada lah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi (Effendy, 1993: 45-49):

##### **1. Gangguan**

###### **a. Gangguan mekanik**

Yang dimaksud dengan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik.

###### **b. Gangguan semantik**

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa.

## 2. Kepentingan

*Interest* atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian saja namun juga akan menentukan daya tanggap.

## 3. Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang lainnya, dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga motivasi itu berbeda dalam intensitasnya demikian pula intensitas tanggapan seseorang terhadap suatu komunikasi.

## 4. Prasangka

Prasangka berasal dari kata latin yaitu *praejudicium* yang berarti preseden atau suatu penilaian berdasarkan keputusan dan pengalaman terdahulu. Richard W. Brislin mengartikan prasangka sosial sebagai suatu sikap tidak adil, menyimpang atau tidak toleran terhadap sekelompok orang (Mulyana, 2003: 224).

Dapat difahami bahwa sikap prasangka merupakan sikap membuat seseorang membatasi terhadap orang lain dalam pergaulan dan seseorang akan cenderung menjadi emosional ketika diprasangkai. Ternyata hal itu sangat mempengaruhi cara seseorang memproses

informasi sosial dan keyakinan kita terhadap orang yang menjadi anggota berbagai kelompok. Sehingga dari prasangka tersebut dapat melahirkan sikap diskriminasi terhadap anggota kelompok tertentu, karena prasangka berakar dari beberapa sumber yang berbeda diantaranya adalah konflik langsung antar kelompok.

Prasangka sangat berhubungan erat dengan stereotip sebagai contoh orang yang memiliki prasangka yang tinggi, berespon lebih cepat terhadap kata-kata yang berhubungan dengan stereotip daripada orang yang prasangkanya lebih rendah.

Stereotip adalah menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi terhadap mereka, berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok (Mulyana, 2008:218).

Perbedaan utama diantara prasangka dan stereotip adalah jika prasangka merupakan sikap nakun kalau stereotip merupakan keyakinan. Tapi keduanya sama-sama dapat menjadi positif maupun negatif serta akan mempengaruhi persepsi seseorang ketika melakukan komunikasi (Supandi, 2010: 88).

## **5. Macam-Macam Pola Komunikasi**

Berkaitan dengan proses komunikasi maka dalam sebuah proses komunikasi akan membentuk pola-pola komunikasi, di Indonesia pola komunikasi yang berkembang antara lain (Nurudin, 2004: 36):

## 1. Komunikasi dengan diri sendiri

Komunikasi diri sendiri atau komunikasi intrapersonal merupakan proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem saraf (Sendjaja, 1998: 39). Bahwa manusia apabila dihadapi dengan suatu pesan untuk mengambil keputusan menerima atau menolaknya akan mengadakan terlebih dahulu suatu komunikasi dengan dirinya (proses berpikir). Dalam proses berpikir ini seseorang menimbang untung rugi usul yang diajukan oleh komunikator (Susanto, 1992: 4).

Menurut Hafied Changara, terjadinya proses komunikasi ini karena adanya seseorang yang menginterpretasikan sebuah objek dan dipikirkannya. Objek tersebut bisa berwujud benda, informasi, alam, peristiwa, pengalaman atau fakta yang dianggap berarti bagi manusia, oleh karena masing-masing orang berbeda dalam memberi interpretasi dan kepekaan diri, maka masing-masing orang berbeda pula dalam proses penentuan tindakan apa yang akan dilakukan.

Namun demikian, meskipun beraneka ragam keputusan yang diambil, paling tidak ada tanda-tanda umum sesuatu bisa dikatakan komunikasi dengan diri sendiri, yaitu: keputusan merupakan hasil berpikir atau hasil usaha intelektual, keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif, keputusan selalu melibatkan tindakan nyata walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

## 2. Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses paduan penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain agar mengetahui, mengerti, dan melakukan kegiatan tertentu (Effendi, 1990: 126).

Secara umum komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai proses pertukaran informasi diantara komunikator dengan komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya dialogis berupa percakapan (Rumanti, 2002: 88).

Pentingnya komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Umpan balik memegang peranan penting dalam komunikasi ini, sebab ia menentukan berlanjut tidaknya sebuah komunikasi yang dilancarkan oleh seseorang komunikator. Dalam komunikasi ini dikarenakan situasinya tatap muka maka tanggapan komunikan dapat segera diketahui secara langsung. Menurutnya sifatnya, komunikasi antarpersona dibedakan menjadi dua yakni:

### a. Komunikasi diadik

Komunikasi diadik merupakan komunikasi antarpribadi yang terjadi antara dua orang yakni seorang adalah seorang komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi

komunikasikan yang menerima pesan. Karena berlangsungnya komunikasi dua orang, maka dialog berlangsung secara intens.

b. Komunikasi triadik

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Jika dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya pada seorang komunikan sehingga umpan balik juga berlangsung.

3. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah proses komunikasi yang melibatkan lebih dari dua orang dalam melakukan sebuah interaksi, komunikasi kelompok terbagi menjadi kelompok kecil dan kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis misalnya, kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat dan lain-lain. Sedangkan komunikasi kelompok besar merupakan komunikasi ditujukan kepada efeksi komunikan dan berlangsungnya secara linear misalnya, rapat raksasa di sebuah lapangan.

4. Komunikasi massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang melibatkan media massa sebagai sebuah alat dalam melakukan interaksi dalam komunikasi, media massa bisa berupa surat kabar, majalah, televisi,

radio, film sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi. Komunikasi menggunakan media massa sudah merupakan bagian penting karena dengan begitu mudahnya kita mengakses sebuah informasi maka semakin besar pula tanggung jawab dalam menyaring sebuah informasi yang didapat.

Untuk mendapatkan pola komunikasi antar agama maka harus diketahui proses komunikasinya. Adapun variabel-variabel pola komunikasi adalah

1. Pesan komunikasi

Pesan merupakan sekumpulan lambang komunikasi yang memiliki makna dan kegunaan dalam menyampaikan suatu gagasan, ide kepada pihak lain. Pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dapat dikemas secara verbal dengan lata-kata atau non verbal tanpa kata-kata.

- a. komunikasi verbal

komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan (Hardjana, 2003: 22). Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, yaitu:

- 1) Bahasa

Dalam studi kebudayaan, bahasa ditempatkan sebagai sebuah unsur penting selain unsur-unsur lain, bahkan bahasa dapat dikategorikan sebagai unsur kebudayaan yang berbentuk nonmaterial selain nilai, norma dan kepercayaan (Liliweri, 2003: 150).

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul “Psikologi komunikasi” mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal bahasa diartikan sebagai sebuah semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap tata bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti (Rakhmat, 1992: 53).

Dalam berkomunikasi antarbudaya kita mengenal beberapa variasi berbahasa yang bersumber pada:

- a) Dialek yakni variasi bahasa disuatu daerah dengan kosa kata yang khas.
- b) Aksen yakni menunjukkan kepemilikan *pronunciation*, tekanan dalam pengucapan yang bisa kita bedakan.
- c) Jargon merupakan sebuah unit kata atau istilah yang dibagikan atau dipertukarkan oleh mereka yang sama profesinya atau pengalamannya.
- d) Argot adalah bahasa-bahasa khusus yang digunakan oleh suatu kelompok yang luas dalam sebuah kebudayaan untuk mendefinisikan batas-batas kelompok mereka dengan orang lain,

dan juga untuk menunjukkan posisi mereka yang kuat dalam suatu masyarakat.

Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Ketiga fungsi itu adalah (Hardjana, 2003:23):

- a) Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita.
- b) Untuk membina hubungan yang baik di antara sesama manusia.
- c) Untuk menciptakaan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia.

## 2) Kata

Kata merupakan unti lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal yang berupa orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang (Hardjana, 2003:24)

### b. komunikasi non verbal

komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata (Hardjana, 2003: 26). Komunikasi nonverbal merupakan tindakan dan atribusi yang dilakukan seseorang kepada orang lain untuk bertukar makna, yang selalu dikirimkan dan diterima secara sadar oleh dan untuk mencapai umpan balik atau tujuan tertentu (Liliweri, 2002: 275).

Jalaludin Rakhmat mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sabagai berikut:

- 1) pesan kinesik yaitu pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari: pesan fasial, pesan gestural, pesan postural dan artifaktural (Rakhmat, 1992: 289).
  - a) Pesan fasial yaitu pesan yang menggunakan mimik muka untuk menyanpaikan makna tertentu. Wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minta, ketakjuban, malu, sakit dan tekad (Rakhmat, 1992: 289).
  - b) Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna pesan (Rakhmat, 1992:290).
  - c) Postural berkaitan dengan seluruh anggota badan (Rakhmat:1992: 290)
- 2) Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda (Rakhmat,1992: 292).
- 3) Pesan sentuhan dan bau-bauan. Alat penerima sentuhan adalah kulit yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi

tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

## 2. Waktu dan Tempat komunikasi

Setiap kebudayaan mempunyai konsep tentang masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Satu hal yang penting untuk memahami setiap kelompok adalah mengetahui struktur waktu dari kelompok tersebut. Mereka yang bukan anggota kelompok itu pasti mempunyai orientasi konsep waktu dan ruang yang berbeda (Liliweri, 2001: 130).

## 3. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris (Walgito, 1980: 87). Persepsi setiap orang berbeda-beda sesuai dengan makna yang dia berikan kepada sesuatu, kepada seseorang atau kepada peristiwa (Liliweri, 2011: 153).

## 4. Sikap

Baron Byrne menutip pendapat dari Eagly dan Himmelfarb serta pendapat dari Rajecki yang menyatakan bahwa *specifically they define attitudes as relatively lasting cluster of feelings, belief and behavior tendencies directed toward specific person, ideas, objects, or group* (Walgito, 1991: 110). Baron dan Byrne mendefinisikan sikap sebagai sekumpulan perasaan, keyakinan dan kecenderungan perilaku yang diarahkan kepada orang tertentu, gagasan, atau objek atau kelompok.

Hovland, Janis dan Kelly meneliti banyak hal dalam psikologi sosial mengatakan bahwa yang terutama dalam sikap adalah perubahan sikap (Liliweri, 2011: 165).

#### 5. Pengaruh

Pesan sebagai bentuk struktural adalah tinjauan komunikasi sebagai alat pengaruh sosial. Steve King dalam bukunya Aubrey Fisher menganggap bahwa pesan sebagai suatu bentuk sandi, yang secara tersirat di dalamnya mengandung unsur pengaruh sosial. Steve King menulis bahwa pesan itu secara sederhana adalah perilaku pemberi pengaruh yang berhubungan dengan kebutuhan (Fisher, 1978: 368).

Salah satu bentuk pengaruh komunikasi adalah adanya perubahan sikap. Ada dua bentuk komunikasi yang mempunyai pengaruh dalam membentuk atau merubah sikap seseorang, yaitu: *one side argument* apabila komunikasi disampaikan dengan hanya melihat alasan-alasan atas dasar yang kelihatannya sepihak saja. Kedua yaitu *two side argument* adalah komunikasi menyampaikan alasan-alasan tertentu dengan memperhatikan pandangan arus komunikasi antara kedua belah pihak yang terlibat dalam proses penyampaian pesan (Tasmara, 1997: 25).

## 2.2 Komunikasi Antarbudaya

### A. Pengertian Komunikasi Antar Budaya

Tema tentang komunikasi bukan hal baru, namun hal itu menjadi lebih menarik setelah dihubungkan dengan konsep “antar budaya”. Istilah antar budaya (*interculture*) pertama kali diperkenalkan oleh seorang antropolog, Edward T.Hall pada tahun 1959 dalam bukunya *The Silent Language*. Karya Hall tersebut hanya menerangkan tentang keberadaan konsep-konsep unsur kebudayaan, misalnya sistem ekonomi, religi, sistem pengetahuan sebagaimana apa adanya (Liliweri, 2001: 1).

Hakikat perbedaan antar budaya dalam proses komunikasi baru dijelaskan satu tahun setelah itu, oleh David K. Berlo melalui bukunya *The Process of Communication (an introduction to theory and practise)* pada tahun 1960.

Komunikasi dan kebudayaan tidak sekedar dua kata tetapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan, harus dicatat bahwa studi komunikasi antar budaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek kebudayaan terhadap komunikasi, atau menurut Alo Liliweri (2003) definisi yang paling sederhana dari komunikasi antar budaya adalah menambahkan kata budaya ke dalam pernyataan “komunikasi antara dua orang / lebih yang berbeda latarbelakang kebudayaan”. Selain itu ada beberapa orang yang mencoba mengartikan apa arti dari komunikasi antar budaya, diantaranya adalah:

- 1) Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa menyatakan dalam buku *Intercultural Communication, A Reader* bahwa komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan.
- 2) Samovar dan Porter juga menyatakan komunikasi antar budaya sering terjadi di antara produsen pesan dan penerima pesan yang latarbelakang kebudayaannya berbeda.
- 3) Charley H. Dood mengungkapkan komunikasi antar budaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, atau kelompok dengan tekanan pada perbedaan latarbelakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi pada peserta (Liliweri, 2003: 12).

## **B. Proses Komunikasi Antar Budaya**

Komunikasi sebagai proses karena komunikasi itu dinamik, secara terus-menerus dan berubah-ubah. Pada hakikatnya proses komunikasi antar budaya sama dengan proses komunikasi lain, yakni suatu proses yang interaktif dan transaksional serta dinamis.

Komunikasi antar budaya yang interaktif adalah komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah / timbal balik (*two way communication*) namun masih tetap berada di tahap rendah (Liliweri, 2003: 24). Latarbelakang dan pengalaman setiap orang mempengaruhi interaksi mereka. Interaksi juga menandakan situasi timbal balik yang memungkinkan setiap pihak mempengaruhi pihak lainnya.

Setiap pihak secara serentak menciptakan pesan yang dimaksudkan untuk memperoleh respon-respon tertentu dari pihak lainnya (Mulyana, 1990: 16). Apabila ada proses pertukaran pesan itu memasuki tahap tinggi, misalnya saling mengerti, memahami perasaan dan tindakan bersama maka komunikasi tersebut telah memasuki tahap transaksional (Liliweri, 2003: 24). Komunikasi transaksional meliputi tiga unsur penting yakni:

- 1) Keterlibatan emosional yang tinggi, yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan atas pertukaran pesan.
- 2) Peristiwa komunikasi meliputi seri waktu, artinya berkaitan dengan masa lalu, kini dan yang akan datang.
- 3) Partisipan dalam komunikasi antar budaya menjalankan peran tertentu (Liliweri, 2003: 24-25).

Baik komunikasi interaktif maupun transaksional mengalami proses yang bersifat dinamis, karena proses tersebut berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan bahkan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu. Karena proses komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi antar budaya maka kebudayaan merupakan dinamisator atau “penghidup” bagi proses komunikasi tersebut (Liliweri, 2003: 25).

Dalam prosesnya, komunikasi antar budaya di dukung oleh unsur-unsur komunikasi pada umumnya (Liliweri, 2003: 25-30):

a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi antar budaya adalah pihak yang memprakarsai komunikasi, artinya dia mengawali pengiriman pesan tertentu kepada pihak lain yang disebut komunikan. Dalam komunikasi antar budaya seorang komunikator, berasal dari latarbelakang kebudayaan tertentu yang berbeda latarbelakang kebudayaan dengan komunikan.

b. Komunikan

Komunikan dalam komunikasi antar budaya adalah pihak yang menerima pesan tertentu. Dalam komunikasi antar budaya, seorang komunikan berasal dari latarbelakang sebuah kebudayaan tertentu, misalnya kebudayaan B.

c. Pesan

Dalam model komunikasi antar budaya pesan adalah apa yang ditekankan atau yang dialihkan oleh komunikator kepada komunikan. Setiap pesan sekurang-kurangnya mempunyai dua aspek utama: content dan *treatment*, yaitu isi dan perlakuan. Isi pesan meliputi aspek daya tarik pesan. Aspek daya tarik pesan saja tidak cukup, akan tetapi sebuah pesan juga mendapat perlakuan, perlakuan atas pesan berkaitan dengan penjelasan atau penataan isi pesan oleh komunikator.

d. Media

Dalam proses komunikasi antar budaya, media merupakan tempat, saluran yang dilalui oleh pesan yang dikirim melalui media tertulis juga media massa. Akan tetapi kadang-kadang pesan-pesan itu dikirim tidak melalui media, terutama dalam komunikasi antar budaya tatap muka.

e. Efek

Efek atau umpan baik merupakan tanggapan balik dari komunikan kepada komunikator atas pesan-pesan yang telah disampaikan. Tanpa umpan balik atas pesan-pesan dalam komunikasi antar budaya maka komunikator dan komunikan tidak bisa memahami ide, pikiran dan perasaan yang terkandung dalam pesan tersebut.

Dalam komunikasi tatap muka, umpan balik lebih mudah diterima. Komunikator dapat mengetahui secara langsung apakah seragkaian pesan itu dapat diterima komunikan atau tidak.

### **C. Efektivitas Komunikasi Antar Budaya**

Steward L.Tubbs mengemukakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif apabila paling tidak menimbulkan lima indikasi yaitu (Ilaihi, 2010: 156):

1. Pengertian, penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti apa yang dimaksud oleh komunikator.
2. Kesenangan, komunikasi menjadikan hubungan antar individu menjadi hangat, akrab, dan menyenangkan.
3. Pengaruh pada sikap, komunikasi juga sering dilakukan untuk mempengaruhi orang lain.
4. Hubungan sosial yang makin baik, komunikasi juga ditunjukkan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik.
5. Tindakan, tindakan persuasif dalam komunikasi digunakan untuk mempengaruhi sikap persuasif, juga diperlukan untuk memperoleh tindakan yang dikehendaki komunikator.

Seluruh proses komunikasi pada akhirnya menggantungkan keberhasilan pada tingkat ketercapaian tujuan komunikasi, yakni sejauhmana para partisipan memberikan makna yang sama atas pesan yang dipertukarkan. Itulah yang dikatakan sebagai komunikasi antar budaya yang efektif atau sering disebut dengan efektivitas komunikasi antar budaya (Liliweri, 2003: 227).

### **2.3 Komunikasi Antar Agama**

Berdasarkan sudut pandang kebahasaan, bahasa Indonesia pada umumnya agama dianggap sebagai kata yang berasal dari bahasa sansekerta yang artinya tidak kacau. Agama diambil dari dua akar suku kata yaitu “a” yang berarti tidak dan gama yang berarti kacau. Hal ini mengandung pengertian bahwa agama

adalah suatu peraturan yang mengatur kehidupan manusia agar tidak kacau (Kahmad, 2000:13).

Setiap masyarakat apalagi yang makin majemuk selalu terbentuk kelompok-kelompok. Kelompok-kelompok itu terbentuk karena para anggotanya mempunyai cita-cita yang didasarkan pada nilai atau norma yang sama-sama mereka terima dan patuhi. Apabila kelompok itu sangat kokoh mempertahankan norma dan nilai hingga menutup kemungkinan orang tau pihak lain memasuki kelompok itu maka dapat timbul perasaan *in group feeling* yang cenderung eksklusif terhadap kelompok yang lain atau *out group feeling*. Kelompok seperti ini disebut kelompok etnik.

Manusia yang berkelompok berdasarkan keyakinan, kepercayaan, iman terhadap sesuatu yang bersifat sakral disebut kelompok agama. Karena hal tersebut maka agama dapat dipandang sebagai suatu kelompok etnik (Liliweri, 2001: 255).